



Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH 2021

Zahlen | Leistungen | Fakten | Perspektiven



In diesem Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus lesen Sie:

Das Comeback des Tourismus? 2021 stabilisierte die Großstadt Augsburg das Ergebnis der Region 4

Ankünfte und Übernachtungen: die Tourismusregion Augsburg – überdurchschnittlich gut erholt 5

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für die Stadt Augsburg 6

 Generalkonsul besucht Fugger und Welser Erlebnismuseum 8

 Arbeit gegen Eurozentrierung und von Rassismus geprägte Sprache 8

 Zertifikat für Barrierefreiheit der Tourist-Info übergeben 8

 Die Regio betreut künftig Augsburger Museumsshops 8

 Mit interaktiver Mozart-App zu 17 Augsburger Mozartstätten 8

 Angebote für den „Urlaub daheim“: 20 Printproduktionen der Regio 8

 Augsburg: das Niveau ist (noch) niedrig – aber die Tendenz positiv 9

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Aichach-Friedberg 10

 München-Augsburg-Radweg führt in das „Wittelsbacher Land“ 12

 Interaktive Karte: Datenbank fürs „Wittelsbacher Land“ aktualisiert 12

 Wanderungen und Spaziergänge zu Wallfahrtsorten und Wittelsbachern 12

 Hunderttausende Werbebotschaften pro Jahr über Aktivitäten der Regio 12

 Neue Regio-Broschüre wirbt mit Historie des „Wittelsbacher Lands“ 12

 AUGSBURGMagazin: 100.000 Leser für Ziele im „Wittelsbacher Land“ 12

 Landkreis Aichach-Friedberg: noch weit über dem Niveau von 1998 13

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Augsburg 14

 Welterbe, Mozart, Römer, Kirchen: der Landkreis ist immer dabei 16

 Neuer Flyer und eine Lauschtour für den Land-Art-Park Bonstetten 16

 Interaktive Karte: Datenbank fürs „Augsburger Lands“ aktualisiert 16

 AUGSBURGMagazin: rund 100.000 Kontakte für Mozart und Naturpark 16

 Landkreis Augsburg – auf dem besten Weg zum Aufwärtstrend? 17

Die Bettenauslastung in der Region Augsburg – coronabedingt 2021 unterdurchschnittlich 18

Die Perspektive ist die Zeit nach Corona: die Zahl der Betten und der Übernachtungsbetriebe wächst 19

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und ihre Strategien 20

 1. Resilienz der Tourismusregion und der Leistungsträger 20

 2. Naherholung und „Urlaub daheim“ 21

 3. Digitalisierung im Tourismus 21

 4. Erlebbarkeit des Standorts durch Storytelling 21

 5. Revitalisierung der Städte und Stärkung der Infrastruktur 21

Gremien 22

 Regio Augsburg Tourismus GmbH 22

 Verkehrsverein Region Augsburg e.V. 23

Impressum

Herausgeber: Regio Augsburg Tourismus GmbH
 Verantwortlich: Tourismusdirektor Götz Beck
 www.augsburg-tourismus.de

Gestaltung: concret Werbeagentur GmbH, www.concret.cc

Fotos Titel: Martin Kluger (3)

Fotos Inhalt: Dennis Barth (1), Martin Kluger (20), Kongress am Park Betriebs GmbH/Siegfried Kerpf (1), Hama Lohrmann (1), , Privat (4), Regio Augsburg Tourismus GmbH/Laura Baur (1)/ Siegfried Kerpf (7), Stadt Augsburg/Martin Augsburger (2)

Diagramme: concret Werbeagentur GmbH, www.concret.cc

Alle Angaben ohne Gewähr | Stand 04/2022

**Der Tourismus in der Region Augsburg:
 „Nie war er so wertvoll wie heute.“**

„Nie war er so wertvoll wie heute.“ – vor allem die Älteren unter Ihnen werden sich an diesen vor mittlerweile fast hundert Jahren kreierten Werbeslogan erinnern. Diesen ursprünglich natürlich etwas anders gedachten, aber einprägsamen Satz wollen wir an dieser Stelle zweckentfremden, an der es um den Tourismus in der Region Augsburg geht. Nun also: „Der Tourismus in der Region Augsburg – nie war er so wertvoll wie heute.“ Dass daran etwas Wahres ist, ist in den harten Zeiten der Corona-Pandemie wohl auch vielen von denjenigen, die nicht tagtäglich mit Tourismus zu tun haben, klar(er) geworden.

Und nein, es geht bei diesem „wertvoll sein“ nicht „nur“ um die wirtschaftliche Bedeutung dieser Schlüsselbranche, die auch deswegen so bezeichnet wird, weil sie über die wirtschaftliche Wertschöpfung hinaus mehrere gesamtgesellschaftlich relevante Standortfaktoren beeinflusst. Da sind die standortnahen und zukunftssicheren Arbeitsplätze, dank derer sich Existenzen ohne Sorge vor den aus den Großkonzernen bekannten Entlassungswellen aufbauen lassen. Das liegt unter anderem daran, dass der Tourismus eigentlich immer Konjunktur hat – solange ihm nicht (vorübergehend) externe Störfaktoren wie das Corona-Virus in die Quere kommen.

Gerade die Corona-Jahre aber haben die über das Wirtschaftliche weit hinausgehende tiefere Bedeutung des regionalen Tourismus ins Bewusstsein gerufen. Um jedoch bei den praktischen Dingen des Lebens zu bleiben: Unsere Gäste – ob Städtetouristen, Bildungsreisende oder Erholungssuchende, Geschäftsreisende oder Teilnehmer an Tagungen und Kongressen – tragen mit ihren Ausgaben wesentlich zur Sicherung der lokalen und regionalen Infrastruktur bei. So stützen sie maßgeblich eine lebendige und qualitätsvolle Gastro-Szene. Sie fördern Kulturschaffende und Museen. Sie leisten einen erheblichen Beitrag für die Frequentierung und Revitalisierung der Innenstädte. Die Fachgeschäfte, die Stadt- und Ortszentren zu belebten Anlaufpunkten machen und für die heimische Bevölkerung ein Stück Lebensqualität darstellen, weil sie die Nahversorgung sichern und Sozialkontakte fördern, wurden zuletzt vom Corona-Virus wie vom zunehmenden Internet-Versandhandel gleichermaßen gebeutelt. Gäste tragen mit ihren Einkäufen dazu bei, liebenswerte Vielfalt und breitgefächerte Qualität in vielen Facetten zu bewahren.

Um bei der Innenwirkung des Tourismus zu bleiben: Die Aktivitäten und das Marketing der regional verankerten Touristikbranche prägen nicht nur maßgeblich die Außensicht auf unsere Region und wirken sich so auf deren Image aus. Weil der Tourismus auch als ein Vermittler von Geschichte, Kultur und kulturellen Ereignissen agiert, nimmt er zudem auf die Selbstwahrnehmung und das Lebensgefühl der heimischen Bevölkerung Einfluss – auf der emotionalen Schiene



J. Hintersberger Dr. W. Hübschle A. Schmutterer G. Beck

ebenso wie durch die Weitergabe von Bildung und Wissen. Gerade in diesem Bereich hat übrigens die 1998 gegründete Regio Augsburg Tourismus GmbH Vorbildliches geleistet. Heute ist es schon fast vergessen, und doch ist es wahr: Bis zum Jahr 2002 hat die Fuggerstadt Augsburg zum Beispiel die große Geschichte der Fugger und ihrer Zeit touristisch so gut wie nicht genutzt. Heute trägt der Tourismus, das nur am Rande erwähnt, maßgeblich zum Erhalt der Fuggerei – der ältesten bestehenden Sozialsiedlung der Welt – bei. Und mit ihrem Fugger und Welser Erlebnismuseum hat die Regio selbst eine neue Sehenswürdigkeit geschaffen, die Gäste wie Einheimische gleichermaßen anzieht. Mit den von der Regio initiierten Ausstellungen im „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach entstand ein Identifikationspunkt für den ganzen Landkreis Aichach-Friedberg. Ob es um Römer geht oder um Bert Brecht, um Industriekultur oder die Schlacht auf dem Lechfeld, um Ludwig Ganghofer in Welden oder um die Mozartstadt Augsburg: Immer wieder hat die Regio mithilfe engagierter Partner neue touristische Impulse gesetzt. Auch als es darum ging, die Bewerbung der historischen Augsburger Wasserwirtschaft als UNESCO-Welterbe auf den Weg zu bringen, war die Regio Augsburg Tourismus GmbH die erste Einrichtung, die diese Ende 2010 geborene Idee unterstützte und bald in touristische Angebote für Gäste wie Einheimische umsetzte. UNESCO-Welterbe: Das tut der Eigenwahrnehmung und dem Selbstwertgefühl der Augsburger gut – und lockt Gäste an.

An vorderster Stelle der Aufgabenstellungen im Jahr 2022 steht aber die Arbeit für die pandemiegeplagte Branche. Natürlich kann auch die umtriebige Tourismusorganisation nur im eng gesteckten Rahmen ihrer Möglichkeiten agieren und reagieren. Immerhin aber können sich die Leistungsträger im regionalen Tourismus auf einen Partner stützen, der schon das eine oder andere recht gut hingebraht hat. Mit diesem Engagement und diesem Leistungswillen dürfen die Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg auch 2022 und darüber hinaus rechnen. Was gemacht werden kann, wird auch gemacht werden. Versprochen! Und: Noch sind ein paar Ideen im Köcher.

Wir wünschen allen Mitgliedern des Verkehrsvereins Region Augsburg und Partnern der Regio Augsburg Tourismus GmbH viel Kraft für die Aufgaben in einer schwierigen Zeit. Nur gemeinsam werden wir sie meistern. Und vor allem: Bleiben Sie gesund.

Johannes Hintersberger, MdL
 Vorstandsvorsitzender
 Verkehrsverein Region
 Augsburg e.V.

Dr. Wolfgang Hübschle
 Aufsichtsratsvorsitzender
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH

Andreas Schmutterer
 Beiratsvorsitzender
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH

Götz Beck
 Tourismusdirektor
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH

**Das Comeback des Tourismus?
2021 stabilisierte die Großstadt
Augsburg das Ergebnis der Region**

Seit Januar 2020 grassiert das Corona-Virus (zumindest offiziell) auch in Europa. Kaum eine zweite Wirtschaftsbranche wurde davon so sehr getroffen wie der boomende Inlandstourismus – auch in der Region Augsburg. Nachdem im Jahr 2019 sowohl bei Gästeankünften als auch bei Übernachtungen in der Region Augsburg erneut Rekordwerte erzielt worden waren, hatten sich die Ergebnisse bis zum Ende des Jahres 2020 beinahe halbiert.

Die aktuelle Tourismusstatistik zum Ende des Jahres 2021 lässt trotz des noch relativ niedrigen Niveaus der vergangenen Monate neue Hoffnung aufkommen: Im direkten Vergleich mit den Zahlen von 2019 erholt sich der Tourismus in der Region Augsburg zwar noch immer auf niedrigerem Niveau, aber doch deutlich messbar. Um fast vier Prozent lagen die Gästeankünfte über denen des ersten Corona-Jahres. Und bei den Übernachtungen war 2021 sogar ein Anstieg von mehr als neun Prozent zu verzeichnen: Diese Werte dürften ein deutliches Signal für das Comeback des Tourismus sein.

Dass die Region insgesamt wieder einen signifikanten Aufwärtstrend erfährt, lässt sich nicht zuletzt aus den Daten ablesen, die vom Bayerischen Landesamt für Statistik für die Stadt Augsburg vermeldet wurden. Hier stieg die Zahl der Ankünfte 2021 um fast sieben Prozent (insgesamt 222.148 gegenüber 208.165 im Vorjahr). Bei den Übernachtungen wurden 2021 immerhin 13,8 Prozent mehr registriert als im Jahr 2020 – 477.043 Übernachtungen waren es gegenüber lediglich 419.089 im Vorjahr.

Wie sind die Werte im Vergleich zum Jahr 1998, in dem die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihren Geschäftsbetrieb aufnahm? Die Zahl der Übernachtungen liegt trotz aller Einschränkungen aufgrund der Pandemie und der deshalb stark rückläufigen Zahlen noch immer um 10,6 Prozent höher als 1998.

Analysiert man die aktuellen Daten, kam die Großstadt Augsburg zuletzt aber besser weg als die beiden Nachbarlandkreise Aichach-Friedberg und Augsburg. Letztlich spiegelt sich in den Zahlen neben der Magnetwirkung



großer Unternehmen und größerer Veranstaltungen nicht zuletzt die Aufenthaltsqualität wider. Dabei spielen die Attraktivität und Quantität von Ausflugszielen, Sehenswürdigkeiten und möglichen Erlebnissen die entscheidende Rolle.

Etwas weniger stark, aber immer noch spürbar, fiel die Erholung im Landkreis Augsburg aus. Gegenüber 2020 wurden im Berichtsjahr 2021 Zuwächse von 3,7 Prozent bei den Gästeankünften und von 6,6 Prozent bei den Übernachtungen registriert. Vor allem durch die Pandemie bedingt – aber auch wegen etlicher Veränderungen im Bereich der Übernachtungsbetriebe, wo sich die Zahl der Gästebetten rückläufig entwickelte – liegen die Zahlen im „Augsburger Land“ allerdings noch unter den Werten, die 1998 registriert worden sind.

Im Landkreis Aichach-Friedberg, dem „Wittelsbacher Land“, verlief die aktuelle Entwicklung im Vorjahr gegen den Trend. Denn dort gingen die Zahlen der Gästeankünfte (minus 5,4 Prozent) und der Übernachtungen (minus 1,1 Prozent) gegenüber 2020 noch einmal weiter zurück. Dennoch liegen diese beiden Zahlen ungeachtet der ergebnismindernden Auswirkungen der Corona-Pandemie immer noch erheblich höher als die Werte in der Zeit vor dem Start der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

Sowohl hinsichtlich der Zahl der Gästeankünfte als auch der Übernachtungen hat sich die Tourismusregion Augsburg 2021 vergleichsweise gut von den Einbrüchen im ersten Jahr der Corona-Pandemie erholt. „Urlaub daheim“ liegt im Trend, Gäste nehmen auch Augsburg und seine Nachbarn bei der Urlaubsplanung stärker in den Blick.

Angesichts der relativ guten Augsburger Ergebnisse lag die gesamte Tourismusregion Augsburg Ende 2021 aber letztlich doch im spürbaren Aufwärtstrend. 389.383 Gästeankünfte bedeuteten gegenüber 2020 ein Plus von 3,9 Prozent. Insgesamt 832.247 Übernachtungen in der Region Augsburg ergaben eine signifikante Trendumkehr: Der Zuwachs betrug hier 9,2 Prozent.

Generell ist die Zukunft des Städte- und Ausflugstourismus verhalten optimistisch zu bewerten. Erstens wird der „Urlaub daheim“ in den Zeiten von beziehungsweise nach Corona wahrscheinlich schneller wieder zulegen als das Segment der Fernreisen. Zweitens dürfte auch der Blick auf die Klimabilanz und auf den ökologischen Fußabdruck solcher weit entfernter Reiseziele den Trend zum Nahtourismus – nach Ansicht vieler Experten nachhaltig – verstärken.

**Ankünfte und Übernachtungen:
die Tourismusregion Augsburg –
überdurchschnittlich gut erholt**

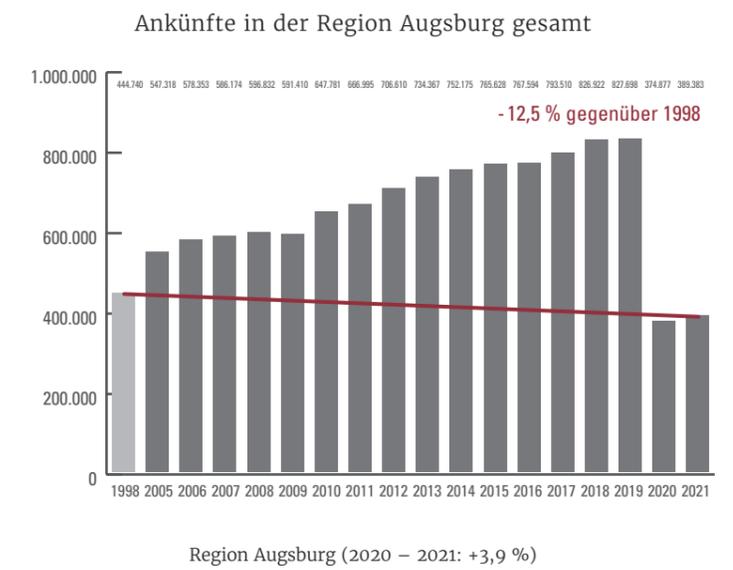
Kaum eine Branche wurde durch die Corona-Pandemie dermaßen hart getroffen wie der Tourismus – international wie lokal. Das zeigt auch in der Region Augsburg der Blick auf die statistischen Zahlen von 2021, zumal im direkten Vergleich mit dem Vor-Corona-Jahr und zugleich Rekordjahr 2019. Teils sogar noch stärker als im Jahr 2020 von den Experten prognostiziert, gingen die Werte bei den Übernachtungen (minus 44,6 Prozent) sowie bei den Gästeankünften (exakt minus 53,0 Prozent) zurück. Das ist der unerfreuliche Aspekt der Statistik.

Der erfreuliche Aspekt ist die doch stark ausgeprägte Resilienz der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg – spricht: die Widerstandsfähigkeit dieser Leitökonomie in einer Phase negativer Außeneinflüsse. Denn in den beiden Jahren der Pandemie fiel das Ergebnis andernorts noch sehr viel schlechter aus.

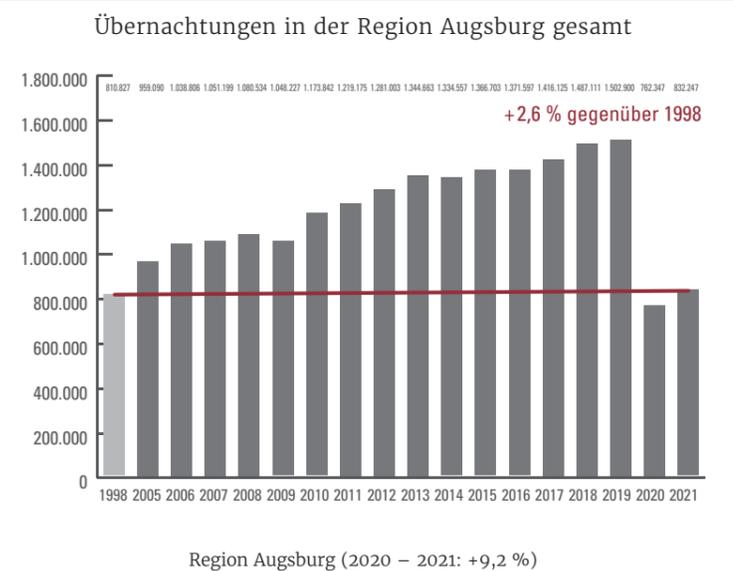
Beispiel Berlin: „Touristen finden zurück in die Stadt. Aber vor Corona kamen dreimal so viel Gäste“ titelte der „Tagesspiegel“ Anfang März eine Meldung. Die pandemiebedingten Rückgänge in der Bundeshauptstadt fielen im Vergleich also erheblich höher aus als etwa in der Region Augsburg.

Beispiel Bayern: Eine Pressemeldung der bayerischen Staatsregierung zur touristischen Jahresbilanz von 2021 („Tourismus in Bayern 2021 wegen Corona-Pandemie auf niedrigem Niveau“) vom 9. Februar 2022 nennt einen weiteren Rückgang bei Gästeankünften im Vergleich zu 2020 in Höhe von 1,4 Prozent. Die Zahl der Übernachtungen habe bayernweit mit 1,7 Prozent leicht zugelegt. Die Region Augsburg erzielte beim Vergleich von 2021 und 2020 signifikant bessere Ergebnisse: Mit einem Plus von 3,9 Prozent bei den Gästeankünften sowie Zuwächsen von 9,2 Prozent bei den Übernachtungen liegt die Region Augsburg erheblich über dem gesamt-bayerischen Mittelwert.

Die Fortschritte bei den Corona-Impfungen führten in 2022 zu weiteren Lockerungen der Kontaktbeschränkungen. Prognosen für den Tourismus sind wie schon im Vorjahr jedoch kaum möglich, zumal auch die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs nicht abzusehen sind.

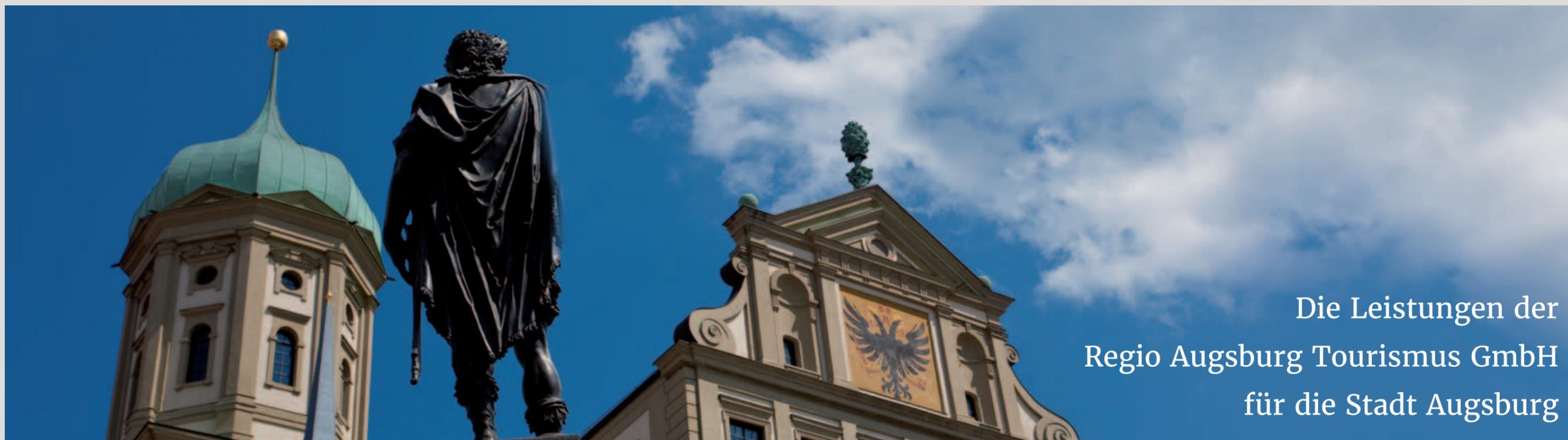


2021 wurden in der Region Augsburg insgesamt 389.383 Gästeankünfte statistisch erfasst. Das Gästeaufkommen lag pandemiebedingt bei minus 53 Prozent gegenüber dem Jahr 2019 und sogar 12,5 Prozent unter dem Wert von 1998. Mit einem Plus von 3,9 % im Berichtsjahr 2021 scheint sich allerdings eine Trendumkehr anzubahnen.



* Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik
1) „Erhoben wird die Anzahl der Gäste, die im Berichtszeitraum in einem Beherbergungsbetrieb angekommen sind und dort vorübergehend ein Gästebett belegt haben.“ (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik). Gästeankünfte beinhalten nicht die weitaus höhere Zahl an Tagestouristen (Tagesreisen und Tagesgeschäftstouristen).
2) Erfasst werden Betriebe mit mindestens zehn Betten seit 1. Januar 2012 (vorher waren es Betriebe ab neun Betten). Dies bedeutet, dass die meisten Ferienwohnungen nicht in der Statistik enthalten sind.

Erst zum zweiten Mal nach 2005 lag die Anzahl der Übernachtungen in der gesamten Region Augsburg in einem Kalenderjahr unter einer Million: Mit 832.247 Übernachtungen im Berichtsjahr konnte das Übernachtungsgewerbe gegenüber 2020 immerhin ein Plus von 9,2 Prozent verbuchen. Auch im Jahr 2022 darf wohl – das deuten jüngere Zahlen des Statistischen Bundesamts an – mit weiteren Zuwächsen gerechnet werden.



Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für die Stadt Augsburg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Homepage und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Ausbildung von Stadtführerinnen und Stadtführern
- Organisation von Stadtführungen, Rundfahrten und Exkursionen
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung dreier Museen (Fugger und Welser Erlebnismuseum, Leopold-Mozart-Haus, Brecht-Haus)
- Betreuung der Museumsshops der Kunstsammlungen und Museen Augsburg
- Betreuung des historischen Wasserwerks am Roten Tor
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Sehenswürdigkeiten, Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc. – teilweise in mehreren Fremdsprachen)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in mehreren Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- jährlich erscheinendes Tourismusmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p.a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z.B. Fugger, UNESCO-Welterbe, Wittelsbacher, Luther, Reformation etc.

Internet und Social Media

- Homepage für die gesamte Region
- Homepage mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Homepage
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und externe Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Historic Highlights of Germany
- Fuggerstraße
- Via Claudia Augusta und Via Julia
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Fugger, Mozart, Brecht, Römer, Industriekultur, Wasserwirtschaft etc.
- neue touristische Profile (Schlacht auf dem Lechfeld, Lechradweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation UNESCO-Welterbe/Wasser
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Fugger
- Stadt-Land-Kooperation Mozart
- Stadt-Land-Kooperation Römer
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld
- Lechradweg

Vermarktung der Alleinstellung der Stadt Augsburg bei thematischen Profilen

- Renaissance
- Industriekultur
- Bertolt Brecht
- Immaterielles Kulturerbe Augsburger Hohes Friedensfest/ Stadt der Reformation
- Sportstadt Augsburg (FCA, Kanuslalom, Eishockey)
- Rudolf Diesel
- Elias Holl/Rathaus/Perlachturm
- Augsburger Puppenkiste
- Zoo/Botanischer Garten
- Plärrer, Dulten, Christkindlesmarkt, Ausstellungen, Messen und andere Großveranstaltungen

Generalkonsul besucht Fugger und Welser Erlebnismuseum

Die von der Regio Augsburg Tourismus GmbH initiierte Europäische Fuggerstraße, die auch in das slowakische Banská Bystrica führt, war 2021 Anlass für einen hohen Besuch im Fugger und Welser Erlebnismuseum. Der Generalkonsul der Slowakei in München – Juraj Solčány – besuchte das Haus, um sich über neue Inhalte zu informieren: Dort zeigt eine animierte Karte Transport- und Handelswege in Europa. Kupfer aus der Slowakei und das Know-how der oberungarischen Familie Thurzo waren die Basis für die Stellung des Montankonzerns der Fugger. Generalkonsul Solčány kehrte in die Slowakei zurück: Dort will er schwäbisch-slowakische Projekte der Europäischen Fuggerstraße im slowakischen Verkehrsministerium unterstützen, wo er für Tourismus zuständig ist.

Arbeit gegen Eurozentrierung und von Rassismus geprägte Sprache

Schon seit dem Jahr 2020 beschäftigen sich Wiebke Schreier und Katharina Dehner im von der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreuten Fugger und Welser Erlebnismuseum mit der Aufarbeitung des eurozentrierten Geschichtsbildes auch in Augsburg und mit der Sensibilisierung in Bezug auf die häufiger von latenter Rassismus beeinflusste Alltagssprache. Das vorbildgebende Projekt wird in Abstimmung mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern bearbeitet. Damit sollen Schattenseiten des „goldenen Augsburg der Renaissance“ aufgezeigt werden. Der Reichtum der Augsburger Handelshäuser basierte teilweise auf der gewaltsamen Aneignung von Ressourcen indigener Völker – bis hin zur indirekten oder gar direkten Beteiligung am Menschenhandel. Eine neue Station im Museum beleuchtet ab 2022 Aspekte des transatlantischen Dreieckshandels, von dem gerade die Fugger und Welser profitierten.



Zertifikat für Barrierefreiheit der Tourist-Info übergeben

Im Oktober 2021 wurde der Tourist-Information der Regio Augsburg Tourismus GmbH am Rathausplatz und dem Besucherservice des Staatstheaters Augsburg das Prädikat „Barrierefreiheit geprüft – teilweise barrierefrei für Menschen mit Gehbehinderung und teilweise barrierefrei für Rollstuhlfahrer“ verliehen. Das Siegel „Reisen für Alle“ zertifiziert die völlige oder teilweise Barrierefreiheit für Menschen im Rollstuhl, mit Geh-, Seh- oder Hörbehinderung sowie Gehörlose und Blinde.

Bei der Übergabe der Urkunde anwesend waren neben Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle (Aufsichtsratsvorsitzender der Regio Augsburg Tourismus GmbH) und Johannes Hintersberger (MdL, (Vorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V.) unter anderem auch Viviane Schickentanz, die Leiterin der Abteilung „Kommunikation & Marketing“ des Staatstheaters Augsburg, der Augsburger Stadtrat Benedikt Lika sowie Carmen Sturm als Vertreterin des Behindertenbeirats der Stadt Augsburg (die beiden Letzteren im Rollstuhl).

Die Regio betreut künftig Augsburger Museumshops

Mit dem Brechthaus, dem Fugger und Welser Erlebnismuseum, dem Wasserwerk am Roten Tor und dem Leopold-Mozart-Haus betreuen Mitarbeiterinnen der Regio Augsburg Tourismus GmbH seit etlichen Jahren organisatorisch sowie teilweise auch inhaltlich drei Museen und ein Objekt des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“. Ab 2022 kommt für die Regio eine zusätzliche Aufgabe in der Augsburger Museumslandschaft hinzu: Sie ist künftig für den Betrieb der Museumshops und -cafés in den Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg zuständig.

Mit interaktiver Mozart-App zu 17 Augsburger Mozartstätten

Seit November 2021 können Mozart-Fans Wolfgang Amadé, seinen in Augsburg geborenen Vater Leopold und ihre Augsburger Familie bei einer innovativen Führung mit der kostenlosen Mozart-App erleben. Augmented-Reality, Texte und Tonbilder vermitteln die Mozarts und ihre Geschichte, nicht zuletzt Wolfgang Amadés Liaison mit dem „Bäsele“ – seiner 19-jährigen Kusine Maria Anna Thekla Mozart –, flott, „entstaubt“ und schon mal mit frivoleren Passagen. Maximilian Schafroth spricht die Rolle des Wolfgang Amadé, und weitere prominente Stimmen, darunter die bekannte Schauspielerinnen Ilse Neubauer, kommentieren das Treiben süffisant. Die Stadtführerin Alexandra Jones verkörpert in den Augmented-Reality-Szenen das „Bäsele“. Die App führt zu 17 Mozartstätten (vom Leopold-Mozart-Haus bis zur Ulrichsbasilika) und erklärt die Geschichte der fünf Aufenthalte Wolfgang Amadé Mozarts in der Vaterstadt. Im Rahmen der Kampagne „Maxi mal Mozart“ hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH einen Reiseführer („Mozartstadt Augsburg. Leopold Mozart, Wolfgang Amadé Mozart und ihre schwäbische Familie“) herausgegeben. Im Leopold-Mozart-Haus ist das Buch gratis zu haben. Für die Mozartstadt wirbt die Regio zudem mit einer neuen Broschüre. Möglich wurde die crossmediale Kampagne dank der Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“.

Angebote für den „Urlaub daheim“: 20 Printproduktionen der Regio

Mit fast 20 neuen Printproduktionen, die in den Jahren 2021 und 2022 erstellt wurden, wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH für Themen vom UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ bis zum 500. Jubiläum der Stiftungen Jakob Fuggers „des Reichen“. Augsburger Schwerpunkte waren die Reformationsstadt, das Immaterielle Kulturerbe Friedensfest, das Brechthaus und sein Programm, Stadtführungen, Sehenswürdigkeiten und die Kanuslalom-WM am Eiskanal. Die in Zeiten von Corona gestiegene Nachfrage nach Bewegung an frischer Luft bediente die Regio im Mai 2021 mit der 52-seitigen Broschüre „Stadtpaziergänge und Wanderungen in Augsburg. Wege zum UNESCO-Welterbe, zum Wasser, zu Fuggern, Mozarts und Brecht“.

Augsburg: das Niveau ist (noch) niedrig – aber die Tendenz positiv

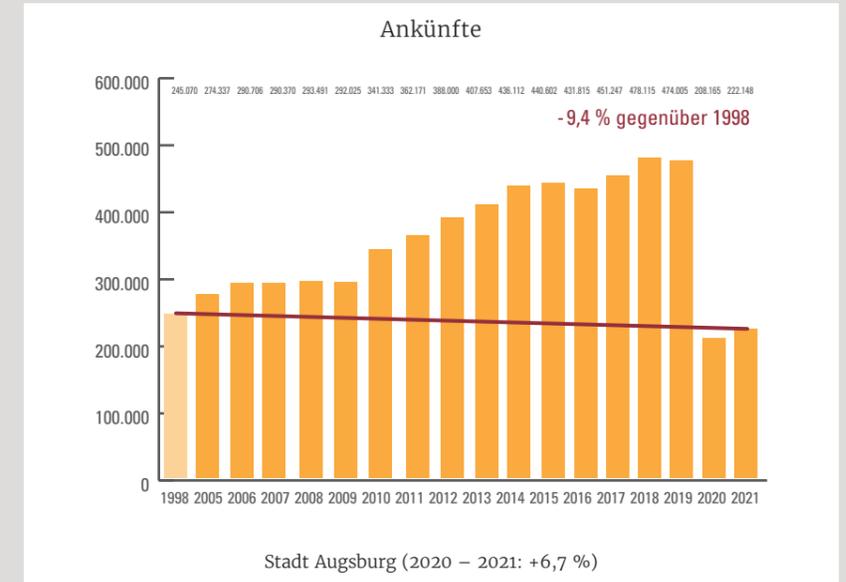
Gemessen an den Rekordwerten der beiden Jahre 2018 und 2019 konnte sich auch der Tourismus in Augsburg dem pandemiebedingten Abwärtstrend von Gästeankünften und Übernachtungen nicht entziehen. Dabei hat der Tourismus in Augsburg allerdings noch immer besser performt als an anderen Tourismusstandorten. Nach dem Einbruch im Corona-Jahr 2020 machen die Zuwächse im Berichtsjahr 2021 jedoch Hoffnung auf eine Trendumkehr: Insgesamt 222.148 Gästeankünfte bedeuteten gegenüber dem Jahr 2020 (208.165) ein Plus von 6,7 Prozent.

Erfreulicherweise noch deutlich stärker schlugen 2021 im Vergleich mit 2020 die Zuwächse bei den Übernachtungen zu Buche. 477.043 Übernachtungen im Berichtsjahr bedeuten zunächst einmal ein sattes Plus von fast 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr: Es wurden annähernd 60.000 Übernachtungen mehr registriert. Dadurch hat die Zahl der Übernachtungen bereits wieder das Niveau des Jahres 2005 übertroffen. Gegenüber dem Basisjahr 1998 ergibt sich somit sogar ein Plus von 10,6 Prozent.

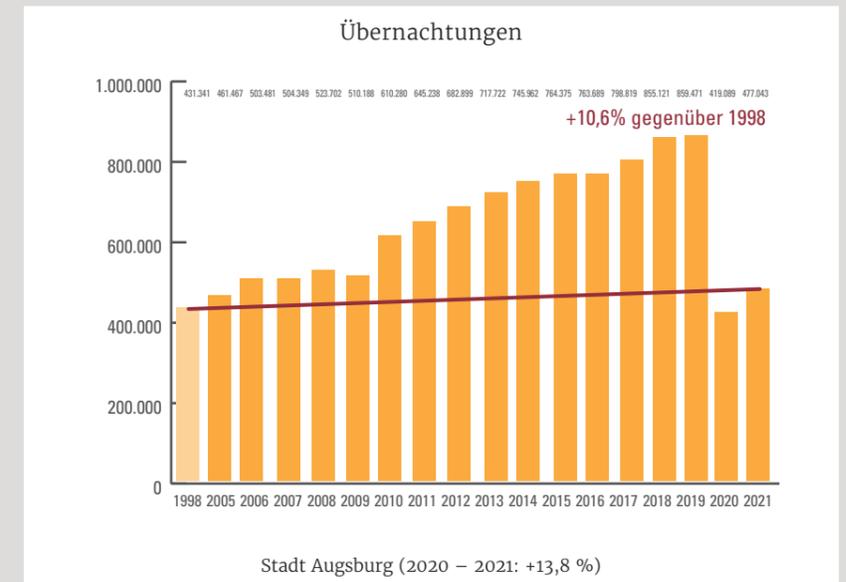
Niederländer 2021 erstmals die stärkste Gruppe unter Augsburgs Gästen aus dem Ausland

Die Corona-Pandemie verändert die Märkte im Tourismus massiv: in Augsburg sogar das tradierte Ranking bei Gästegruppen aus dem Ausland. Viele Jahre nahmen Besucher aus Italien, Österreich und der Schweiz die ersten drei Plätze unter den stärksten Auslandsmärkten ein. Das Jahr 2021 mit seinen zahlreichen Auswirkungen aufgrund von Reise- und Kontaktbeschränkungen hat auch dieses herkömmliche Ergebnis durcheinanderwirbelt: Erstmals bildeten die Besucher aus den Niederlanden (5.294 Ankünfte) die größte Gästegruppe aus dem Ausland. Erst danach folgten die Gästegruppen aus Österreich (5.003) und der Schweiz (4.067). Die Gruppe italienischer Gäste der Stadt (3.476 Gästeankünfte) nahm 2021 lediglich den vierten Platz ein.

Gäste aus den USA scheinen Augsburg wiederentdeckt zu haben. 1.219 Reisende aus den Vereinigten Staaten sorgten 2021 bei den Gästeankünften für ein Plus von 66,3 Prozent.



Die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2021 verbesserte sich gegenüber dem Corona-Jahr 2020 um fast sieben Prozent, befindet sich allerdings vorläufig noch auf niedrigem Niveau.



Insgesamt nahm die Zahl der Gästeankünfte von Besuchern aus dem Ausland (2021 insgesamt 36.525) bei einem Plus von 3,1 Prozent wieder leicht zu. Der Besucheranteil aus dem Ausland betrug – gemessen an den Gästeankünften – insgesamt 16,4 Prozent. Das bedeutet: 2021 war nur etwa jeder sechste Gast in Augsburg aus dem Ausland angereist.

2019 hatte der Anteil der ausländischen Gäste in Augsburg bei den Übernachtungen bei 25 Prozent gelegen. Im Jahr 2021 betrug dieser Anteil nur noch 16,8 Prozent, ziemlich genau ein Drittel weniger als vor Corona.

Gegenüber 859.471 Übernachtungen im Jahr 2019 bedeutete die Zahl der Übernachtungen im Corona-Jahr 2021 (insgesamt 477.043) in Augsburg zwar ein Minus von 44,5 Prozent. Im Vergleich der Jahre 2020 und 2021 ergab sich zuletzt jedoch immerhin schon ein Zuwachs von 13,8 Prozent. Mit diesem Ergebnis lag das Niveau im Berichtsjahr 2021 bereits um 10,6 Prozent über dem des Jahres 1998, in dem die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihre Arbeit aufgenommen hatte.



Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Aichach-Friedberg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Homepage und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc.)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- Reiseführer für den Landkreis Aichach-Friedberg
- jährlich erscheinendes Tourismusmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p.a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z.B. Wittelsbacher, Kaiserin Elisabeth

Internet und Social Media

- Homepage für die gesamte Region
- Homepage mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Homepage
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Sisi-Straße
- Via Julia und Via Claudia Augusta
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Museen und Ausstellungen, Sisi-Straße, Wittelsbacher etc.
- neue touristische Profile (Sisi-Schloss, Bayerischer Hiasl, Schlacht auf dem Lechfeld, München-Augsburg-Radweg, Lechradweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld
- München-Augsburg-Radweg
- Lechradweg

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Aichach-Friedberg bei thematischen Profilen

- Wittelsbacher
- Kaiserin Elisabeth
- Museum Friedberg im Wittelsbacher Schloss
- Bayerischer Hiasl
- Jesuitenweg
- Oxenweg
- Spezialitätenwirte
- Altstadtfest Friedberger Zeit

München-Augsburg-Radweg führt in das „Wittelsbacher Land“

Eine neue Zwei-Tages-Tour im „Bayernnetz für Radler“ führt durchs „Wittelsbacher Land“ nach Augsburg: Der „München-Augsburg-Radweg“ ist ein Projekt der Landeshauptstadt München, der Landkreise Fürstentumbruck und Aichach-Friedberg sowie der Stadt Augsburg. Vom Fernradweg sollen nach Corona nicht zuletzt Übernachtungsbetriebe und Gastronomie im südlichen Landkreis Aichach-Friedberg profitieren. Der neue „München-Augsburg-Radweg“, kurz „MAR“, ist eine gemütliche Radtour über 83 Kilometer. Da die durchgängig beschilderte Strecke durch flaches bis leicht welliges Terrain führt, bietet sich diese Tour auf teils asphaltierten, teils gekieste Wege sogar für Ausflüge mit der ganzen Familie an. Den „MAR“ kann man mit Trekkingrädern, E- und Mountainbikes und – mit profilierten Reifen – auch mit Rennrädern absolvieren. Im „Augsburg-München-Radweg“ sieht die Regio Augsburg Tourismus GmbH Marktchancen für die fahrradfreundlichen Beherbergungsbetriebe an der Strecke im „Wittelsbacher Land“ sowie für die an der Route gelegenen Gastronomiebetriebe mit Außenbewirtung.

Vier der 25 hervorgehoben beworbenen Sehenswürdigkeiten am München-Augsburg-Radweg liegen im „Wittelsbacher Land“: Der Halt bei der Wallfahrtskirche Maria Kappel bei Schmiechen, am Mandichosee bei Mering, bei der Burgstallkapelle in Kissing und in der Altstadt von Friedberg wird empfohlen. Für die Radroute wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit einem Prospekt in einer Printversion und digital.

Interaktive Karte: Datenbank fürs „Wittelsbacher Land“ aktualisiert

Zu Points of Interest im „Wittelsbacher Land“ führt demnächst eine interaktive Landkarte auf der Startseite der Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH. Dort werden die relevantesten Sehenswürdigkeiten im Landkreis Aichach-Friedberg auf einen Klick zu finden sein. Dieser Datensatz, den auch das bayerische Tourismusmarketing (BayTM) bald in der BayernCloud einsetzen will, wurde zuletzt von der Regio aktualisiert, verbessert und erweitert. Die interaktive Karte ist ab Herbst 2022 abrufbar.

Wanderungen und Spaziergänge zu Wallfahrtsorten und Wittelsbachern

Die 52-seitige Broschüre „Stadt, Land, Fluss: Wege im Wittelsbacher Land. Stadtsparziergänge und Wanderungen zu Wittelsbachern, Wasser und Wallfahrten“ hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH im Juli 2021 herausgegeben. Sie führt zu Wanderwegen und zu je einem Stadtsparziergang in Aichach und Friedberg. Die kostenlose Broschüre der Regio Augsburg Tourismus GmbH weist darüber hinaus auf die mehr als 50 Pilgertipps im „Wittelsbacher Land“ hin. Die Tourenvorschläge leiten entlang der Stadtmauern von Friedberg und Aichach, auf den Spuren der Wittelsbacher und der Kaiserin „Sisi“, zu Seen, Flüssen und Lechstaustufen sowie zu Geschichte(n) im Landkreis Aichach-Friedberg – von den Jesuiten über die Jakobus- und Leonhardspilger bis hin zu Schlössern, Ungarnschutzburgen und mittelalterlichen Erzabbaugruben.



Hunderttausende Werbebotschaften pro Jahr über Aktivitäten der Regio

Im Marketing der Regio Augsburg Tourismus GmbH – bei der Printwerbung, im Internet, bei den zahlreichen Presseausendungen – werden die Angebote, Themen und Termine des „Wittelsbacher Lands“ vielfach in die jeweiligen Medien und Maßnahmen integriert. Dasselbe gilt für Packages bei Messen und Verteilaktionen, beim Werbemittelversand auf Anfrage sowie für die Beratung und Ausgabe von Infomaterial durch die Tourist-Information in Augsburg. Digitale und Printmedien transportieren die Angebote des Landkreises Aichach-Friedberg in großer Streubreite mit. Angesichts eines heterogenen Interessentenkreises verbessern viele Zufallskontakte den Impact. Teure Streuverluste werden dadurch minimiert. Für Angebote des „Wittelsbacher Lands“ werden so günstig Werbekontakte im sechsstelligen Bereich generiert – jährlich.



Neue Regio-Broschüre wirbt mit Historie des „Wittelsbacher Lands“

Es geht um Aichach und Friedberg, um den Burghügel in Oberwittelsbach sowie um das „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach, um Kühbach und Mering, Inchenhofen und Hofhegenberg, um Aindling und Affing – und um die „Sisi-Straße“ zwischen dem „Wittelsbacher Land“, der Adria und Budapest. Seit Juni 2021 wirbt eine Broschüre der Regio Augsburg Tourismus GmbH gezielt für die Suche nach den Spuren der Wittelsbacher im „Wittelsbacher Land“. Damit wird an das Marketing im Zuge der Bayerischen Landesausstellung 2020 angeknüpft. Landschaft, Städte und Dörfer, Schlösser und Kirchen, Denkmäler und Museen, Stadtsparziergänge, Wanderungen und Radtouren sind Themen, die zusätzlich durch die Pressearbeit der Regio bundesweit kommuniziert wurden.

AUGSBURGMagazin: 100.000 Leser für Ziele im „Wittelsbacher Land“

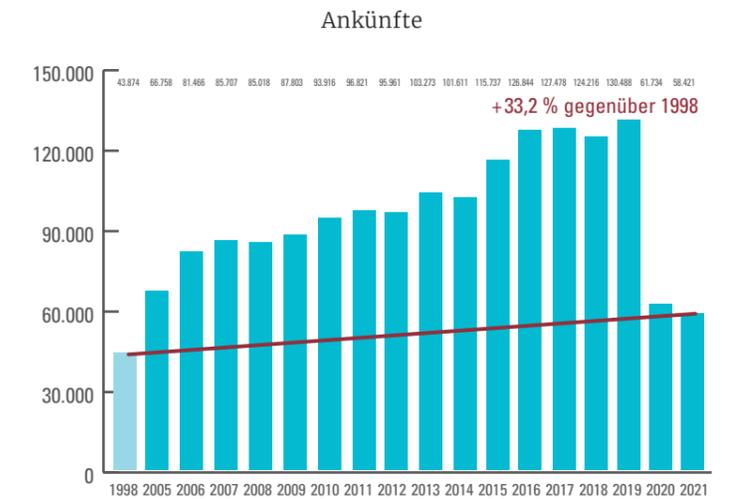
Die alljährlich erscheinende Reisezeitschrift der Regio Augsburg Tourismus GmbH, das „AUGSBURGMagazin“, trägt das „Wittelsbacher Land“ nicht nur im Untertitel. Das in der Regel 100-seitige Magazin kommuniziert Jahr für Jahr Themen und Termine im „Wittelsbacher Land“ regional und im deutschsprachigen Raum bei wenigstens 100.000 Lesern. Den Spuren der Wittelsbacher widmete sich je ein mehrseitiger Beitrag in den Magazinen für 2021 und 2022. Ein Titelthema der Ausgabe für das Jahr 2022 heißt „Der Königsmörder und die Kaiserin“. Es geht um Städte, Schlösser und Pilgerziele im Landkreis Aichach-Friedberg. Andere Beiträge thematisieren den Blick auf die nahen Alpen, den Mandichosee und aktuelle Termine wie die Ausstellung im „Sisi-Schloss“. Zusätzlich zur Druckversion steht das Magazin im Internet: Eine weitere nennenswerte Zielgruppe wird dadurch erschlossen.

Landkreis Aichach-Friedberg: noch weit über dem Niveau von 1998

Gegenüber dem Vorjahr ist die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen im Landkreis Aichach-Friedberg – gegenläufig zum Trend in der benachbarten Großstadt Augsburg – im Berichtsjahr 2021 noch ein weiteres Mal zurückgegangen.

In der Statistik stehen im Berichtsjahr insgesamt 58.421 Gästeankünfte sowie 138.303 Übernachtungen. Das „Wittelsbacher Land“ musste also auch im zweiten Corona-Jahr in Folge Rückgänge hinnehmen. Obwohl sich dabei die Gästeankünfte mehr als halbierten und auch die Zahl der Übernachtungen um beinahe 45 Prozent gesunken ist, liegt das Niveau in beiden Statistiken jeweils noch deutlich über den Basiswerten von 1998.

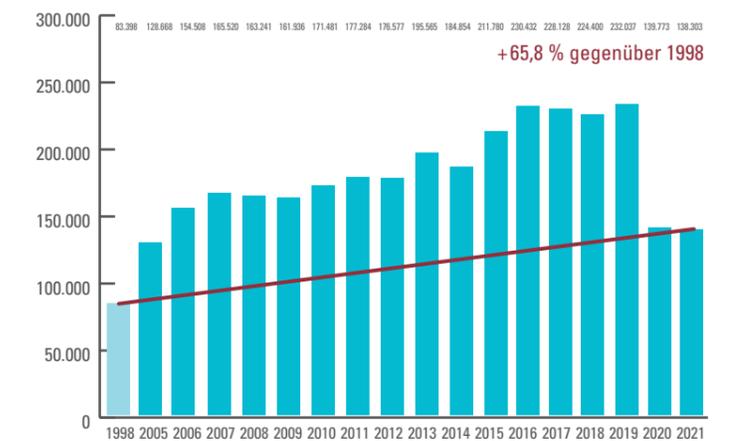
Die pandemiebedingt reduzierten Ergebnisse des „Wittelsbacher Lands“ liegen allerdings nach wie vor signifikant höher als im Jahr 1998, in dem die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihren Geschäftsbetrieb aufnahm.



Landkreis Aichach-Friedberg (2020 – 2021: -5,4 %)

Im Landkreis Aichach-Friedberg lag die Zahl der Gästeankünfte (58.421) 2021 um 5,4 Prozent unter dem Wert des Vorjahres. Trotz der pandemiebedingten Rückgänge ab 2020 liegt das Niveau jedoch noch immer mehr als 33 Prozent über dem Stand von 1998, dem Gründungsjahr der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

Übernachtungen



Landkreis Aichach-Friedberg (2020 – 2021: -1,1 %)

138.303 Übernachtungen im „Wittelsbacher Land“ – das waren nur knapp 1.500 weniger als im Vorjahr – ergaben im Berichtsjahr ein Minus von 1,1 Prozent. Wie gut sich der Tourismus im Landkreis Aichach-Friedberg trotz der Delle in der Pandemie entwickelt hat, zeigt der Vergleich der Jahre 2021 und 1998: Das Niveau der Übernachtungen liegt ungeachtet der Rückgänge ab 2019 (minus 44,4 Prozent) noch immer weit über dem Ausgangswert von 1998: In der langfristigen Betrachtung ergibt sich trotz pandemiebedingter Verluste ein Zuwachs von fast 66 Prozent.



Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Augsburg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Homepage und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc.)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- Reiseführer für den Landkreis Augsburg
- jährlich erscheinendes Tourismusmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p.a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z.B. Fugger, UNESCO-Welterbe etc.

Internet und Social Media

- Homepage für die gesamte Region
- Homepage mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Homepage
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Via Claudia Augusta und Via Julia
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Fugger, Mozart, Römer, Wasserkraft und Welterbe etc.
- neue touristische Profile (Ganghofer, LandArt-Kunstpfad Bonstetten, Schlacht auf dem Lechfeld, Lechradweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation UNESCO-Welterbe/Wasser
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Fugger
- Stadt-Land-Kooperation Mozart
- Stadt-Land-Kooperation Römer
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Augsburg bei thematischen Profilen

- „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“
- Ganghofer in Welden
- LandArt-Kunstpfad Bonstetten
- Ballonfahrt und Ballonmuseum Gersthofen
- Erlebnisbad Titania Neusäß
- Roy Black
- Kulturzentrum Kloster Oberschönenfeld
- Schäfflertanz Dinkelscherben

Welterbe, Mozart, Römer, Kirchen: der Landkreis ist immer dabei

Wenn die Regio Augsburg Tourismus GmbH für Augsburg wirbt, bewirbt sie damit fast immer auch Sehenswürdigkeiten im westlichen Nachbarlandkreis mit. Das „Augsburger Land“ profitiert gerade bei national relevanten Reise- und Ausflugsthemen von der benachbarten Großstadt. So erschien 2021 der 24-seitige, hochauflagig gedruckte Faltprospekt „Mozartstadt Augsburg. Das Leopold-Mozart-Haus und die Spuren der Mozarts in und um Augsburg“. „Um Augsburg“, das bedeutet vor allem: Tourismuswerbung für Fischach und Oberschönenfeld,



für Mozartkirchen in Biberbach, Anhausen und Hirblingen sowie für den Mozartweg im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“.

Ebenfalls 2021 brachte die Regio Augsburg Tourismus GmbH die Broschüre „Wasser. Welterbe. Augsburg.“ heraus. Damit wirbt die Tourismuseinrichtung für das „Augsburger Wassermanagement-System“: Zu den 22 Objekten der Welterbe-Stätte gehören freilich drei Denkmäler der Hydrotechnik, die außerhalb der Großstadt im nördlichen Landkreis Augsburg liegen. Die Broschüre der Regio leitet darum auch zum Wasserkraftwerk der Lechwerke am Lechkanal bei Gersthofen,



zum Wasserkraftwerk Langweid mit dem dortigen „Lechmuseum Bayern“ sowie zum Wasserkraftwerk Meitingen.

2022 erschienen zwei Regio-Broschüren zu den Römern und zum spirituellen Tourismus

in und um Augsburg. Mit der Broschüre zu den Römern wurden auch das Mithraeum Königsbrunn und das dortige Römerbad, das Museum der Stadt Schwabmünchen, der



Merkurtempel in Gersthofen, Archäologische Museen in Gablingen und Königsbrunn sowie das Museum Zusmarshausen beworben: also Sehenswürdigkeiten, die für sich allein nicht sonderlich attraktiv wären, in der Verbindung mit der Römerstadt Augsburg jedoch zu interessanten Abstechern werden können. Auch in der Römer-Broschüre taucht das „Lechmuseum Bayern“ in Langweid auf, weil dort unter anderem die Via Claudia Augusta eine Rolle spielt: Sie zieht sich durch das Lechtal und dort von Süden nach Norden durch den ganzen Landkreis Augsburg.



Gleichfalls 2022 hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH die Broschüre „Augsburg. Brennpunkt der Religionsgeschichte“ herausgegeben. Auch hier gilt: Die Großstadt macht das Thema stark, doch ohne den Landkreis wäre das Thema nicht rund. Und so tauchen in diesem Prospekt ausgesprochene Stärken des „Augsburger Lands“ auf – die barocken Klöster in Oberschönenfeld und Thierhaupten, die Wallfahrtskirchen in Biberbach, Holzen Violau und Klosterlechfeld oder Baukunst wie die Theklakirche Welden. Beim Thema Kirchen glänzt das „Augsburger Land“ zudem mit der ersten Autobahnkirche Deutschlands, erbaut in Adelsried, mit der ältesten Barockorgel Süddeutschlands in Gabelbach und mit der spektakulären, aber noch wenig bekannten Versöhnungskirche in Lagerlechfeld. Zehn Ziele im Landkreis vermitteln so auch die Themen wie Naturpark, Fugger und Mozart.



Neuer Flyer und eine Lauschtour für den Land-Art-Park Bonstetten

Mt dem LandArt-Kunstpfad Bonstetten hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH ein viel besuchtes Ausflugsziel im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ initiiert. Im Mai 2021 hat die Regio die neue Broschüre „LandArt-Kunstpfad Bonstetten. Hama Lohrmanns Werke im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ herausgegeben. Sie wirbt für den Spaziergang zu vergänglichen Kunstwerken sowie für die neue Lauschtour „Kunst trifft Natur – nachhaltig & inspirierend“. Die Audio-Tour zum einzigartigen Projekt informiert zum Werk des Land-Art-Künstlers.

Interaktive Karte: Datenbank fürs „Augsburger Land“ aktualisiert

Ab Herbst 2022 wird eine interaktive Landkarte auf der Webseite der Regio Augsburg Tourismus zu Points of Interest im „Augsburger Land“ führen. Dafür wurde zuletzt ein Datensatz zu 55 Stationen im Landkreis Augsburg aktualisiert und optimiert.

AUGSBURGMagazin: rund 100.000 Kontakte für Mozart und Naturpark

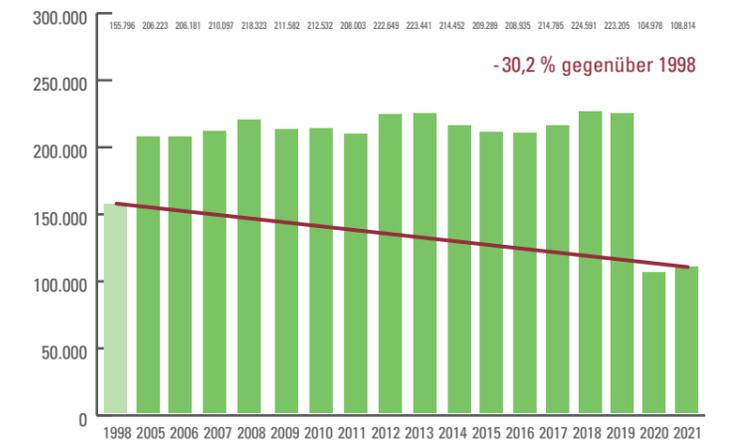
Das „AUGSBURGMagazin“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH informiert pro Jahr zirka 100.000 Leser zu den touristischen Themen im „Augsburger Land“. 2022 thematisieren Beiträge Mozartspuren in den Stauden, das UNESCO-Welterbe im nördlichen Landkreis und die schönsten Wege im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Der digitale Geschichtspfad zur Schlacht auf dem Lechfeld ist ebenso ein Thema wie die barocken Kirchen und Wallfahrtsstätten im Naturpark. 2021 stellte das Regio-Magazin die Klosterlandschaft um Oberschönenfeld, die Mozarts, Ludwig Ganghofers Welden, den Land-Art-Park in Bonstetten und Touren am Lech vor.

Landkreis Augsburg – auf dem besten Weg zum Aufwärtstrend?

Die aufgestockten Bettenkapazitäten im Landkreis Augsburg hatten sich vor dem Beginn der Corona-Pandemie sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen in der Statistik positiv ausgewirkt. In der Phase der pandemiebedingten Einschränkungen zeigte sich jedoch, dass gerade die größeren Hotels im Landkreis Augsburg im großstadtnahen „Speckgürtel“ um Augsburg in den Normaljahren stark von jenem Messe-, Tagungs- und Kongressgeschäft abhängig sind, das in den beiden Kalenderjahren 2020 und 2021 durch die Pandemie gravierend beeinträchtigt bis gänzlich verhindert wurde. Die Zahl der Gästeankünfte hat sich 2021 im Vergleich zu 2019 ziemlich exakt halbiert (minus 51,2 Prozent). Die Zahl der Übernachtungen ging gegenüber 2019 um 46,8 Prozent zurück.

Auf eine künftige positivere Entwicklung lässt der Vergleich der Zahlen von 2021 und 2020 hoffen. Ein erster leichter Aufwärtstrend lässt sich im Berichtsjahr sowohl bei den Gästeankünften (108.814 – das sind 3,7 Prozent mehr) als auch bei den Übernachtungen (216.901 bedeuten ein deutliches Plus von 6,6 Prozent) ablesen. Nachdem die Anzahl der Betriebe und Betten im „Augsburger Land“ 2021 merklich gewachsen ist, dürfte sich der positive Trend angesichts der künftig wohl geringeren Belastungen durch die Pandemie absehbar fortsetzen.

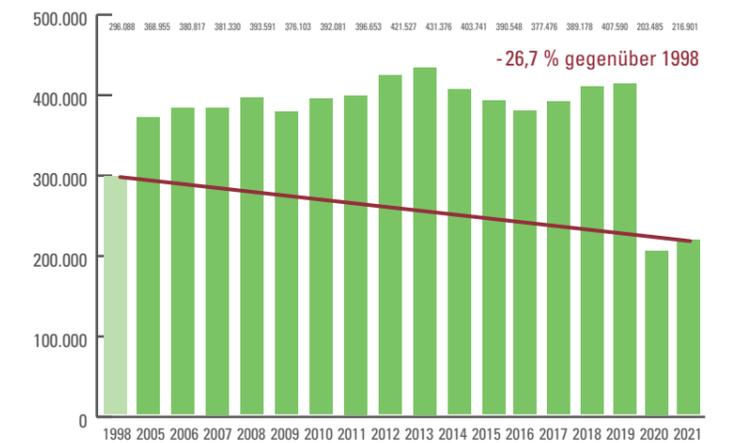
Ankünfte



Landkreis Augsburg (2020 – 2021: +3,7 %)

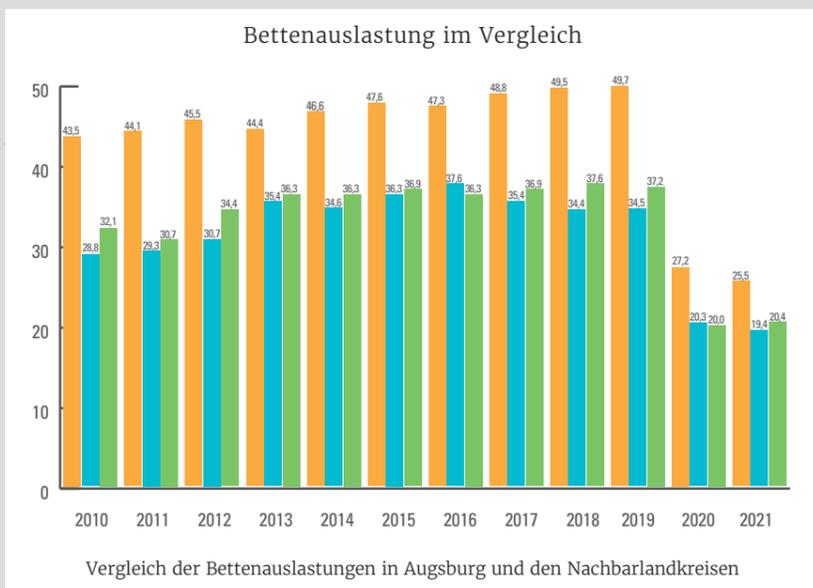
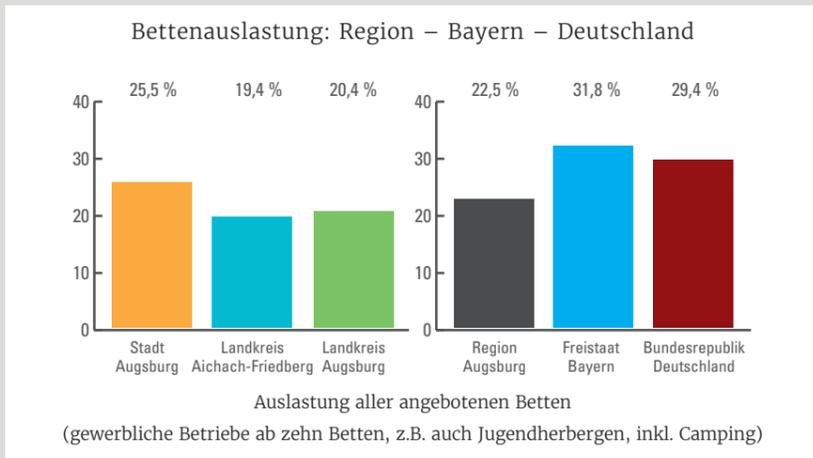
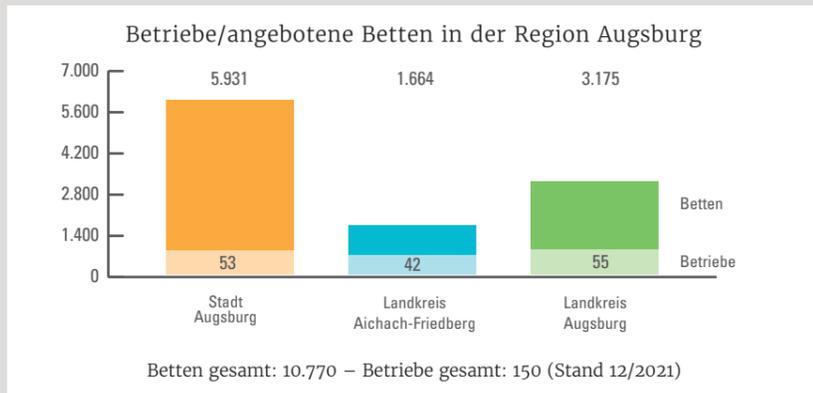
108.814 Gästeankünfte im Jahr 2021 im Landkreis Augsburg bedeuteten gegenüber dem sehr guten Jahr 2019 zwar immer noch ein Minus von 51,2 Prozent. Doch gegenüber dem Corona-Jahr 2020 ist immerhin ein erster leichter Aufwärtstrend zu erkennen: Das Berichtsjahr brachte ein Plus von 3,7 Prozent mit sich.

Übernachtungen



Landkreis Augsburg (2020 – 2021: +6,6 %)

Auch wenn sich die Zahl der Übernachtungen im Landkreis Augsburg 2021 gegenüber dem guten Jahr 2019 um 46,8 Prozent verringert hat: Mit einem Zuwachs von 6,6 Prozent im Berichtsjahr 2021 deutet sich im „Augsburger Land“ für die Beherbergungsbetriebe ebenfalls eine Trendumkehr an.



Trotz der wachsenden Zahl der Übernachtungsbetriebe ist die Bettenauslastung in der Region ungeachtet diverser Schwankungen auf lange Sicht gestiegen. Die Corona-Pandemie hat in den Jahren 2020 und 2021 vorübergehend zu einer Ausnahmesituation bei der Bettenauslastung geführt. Das Vertrauen der Hotelbetreiber in die Stärken des Standorts Augsburg und des großstadtnahen Umlands wird durch diese Sonder-situation allerdings nicht beeinträchtigt.

*Hinweis: Bei der Bewertung der Bettenauslastung kommt es des Öfteren zu einer fehlerhaften Interpretation: Eine Bettenauslastung von rund 50 Prozent bedeutet zum Beispiel nicht, dass nur rund 50 Prozent der Hotelzimmer belegt sind. Da sehr viele als Einzelzimmer gebuchte Hotelzimmer mit zwei Betten ausgestattet sind, liegt die Zimmerbelegung signifikant höher. Erfahrungsgemäß führt eine Bettenauslastung von rund 50 Prozent zu einer Zimmerbelegung von circa 75 Prozent. Statistisch wird derzeit jedoch nur die Bettenauslastung erfasst.

Die Bettenauslastung in der Region Augsburg – coronabedingt 2021 unterdurchschnittlich

Bei der Bettenauslastung* lag die Region Augsburg noch im Jahr 2019 deutlich über dem bayerischen und dem deutschen Mittelwert. Doch in Zeiten der Corona-Pandemie lag dieser Wert signifikant unter dem gesamt-bayerischen sowie dem bundesdeutschen Durchschnitt. Dabei machte sich bemerkbar, dass die Bettenauslastung in der Region Augsburg anders als bei „klassischen“ Reisezielen in den Alpen und Mittelgebirgen sowie an den deutschen Küsten weitaus weniger von mehrtägigen Aufenthalten geprägt wird. In und um Augsburg handelt es sich vielmehr vorwiegend um kurzzeitige Bettenbelegungen durch Städtetouristen (vor allem an Wochenenden und verlängerten Wochenenden), durch Geschäftsreisende und nicht zuletzt durch Teilnehmer an Veranstaltungen im Messe-, Kongress- und Tagungsbereich mit vielen, aber kürzer buchenden Teilnehmern. Diese Marktsegmente waren folglich aufgrund der Corona-Pandemie durch zahlreiche Terminabsagen weitaus stärker beeinträchtigt als etwa der herkömmliche Ferien-, Urlaubs- und Gesundheitstourismus.

Dass es sich bei der situativ schwächeren Bettenauslastung lediglich um eine Phase externer und vorübergehender Faktoren aufgrund der Corona-Pandemie handelt, zeigt auch die mittel- und langfristig angelegte Reaktion der Beherbergungsbranche. Trotz dieser vorübergehenden Abschwächung der Nachfrage nach Betten in Augsburg und in der Region haben mehrere Unternehmen in neue Häuser sowie in zusätzliche Bettenkontingente investiert.

Mittelfristig, zumal in den Zeiten nach der Pandemie, werden die höheren Bettenzahlen absehbar zur besseren Planbarkeit größerer Veranstaltungen mit höherer Teilnehmerzahl führen: Derartige Veranstaltungen konnten wegen der – gemessen an anderen Standorten – vergleichsweise geringen Anzahl an Übernachtungskapazitäten trotz dezidierten Interesses von Organisatoren an Terminen in Augsburg und der Region in der Vergangenheit wiederholt nicht durchgeführt werden. Die höhere Bettenzahl wird die Akquisition solcher MICE-Veranstaltungen absehbar erleichtern, wovon schlussendlich sämtliche Beherbergungsbetriebe profitieren sollten.

Die Perspektive ist die Zeit nach Corona: die Zahl der Betten und der Übernachtungsbetriebe wächst

Trotz der vorübergehend schwierigen Lage haben mehrere Betreiber in Gästebetten in Augsburg investiert. 73 Hotelzimmer mit insgesamt 146 Betten kamen bereits Ende 2020 durch die Eröffnung des Hotels „einsmehr“ hinzu. Wenige Wochen zuvor hatten schon das „Super 8 by Wyndham Hotel“ sowie das „Arthotel ANA Living Augsburg“ eröffnet. Dass das Vertrauen der Investoren in den Standort Augsburg ungebrochen ist, belegen die Neueröffnungen im Jahr 2021:

- NinetyNine Hotel (160 Zimmer, 320 Betten)
- B & B Hotel Augsburg-West (124 Zimmer, 178 Betten)
- Hotel Maison Viktoria by DESIGNHOTELS (28 Zimmer, 55 Betten)
- B & B Hotel Augsburg-Nord (90 Zimmer, 165 Betten)
- Hotel Leonardo Augsburg (235 Zimmer, 510 Betten)

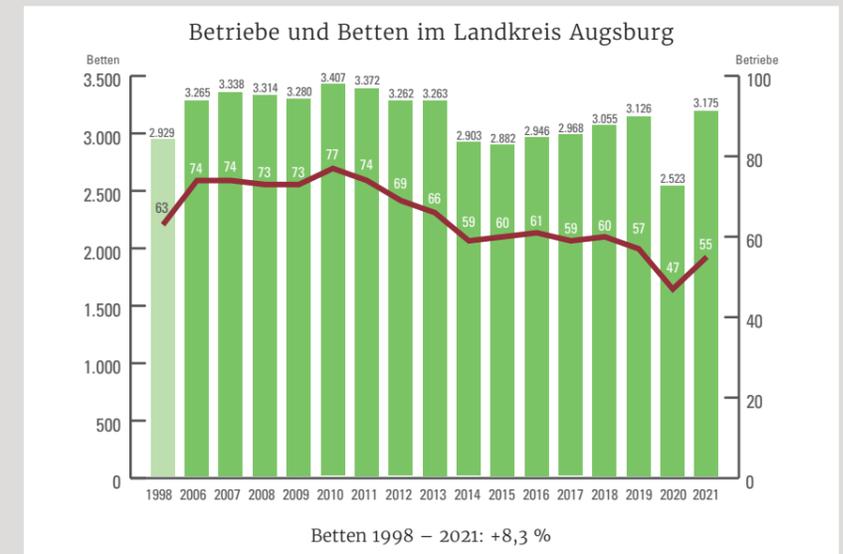
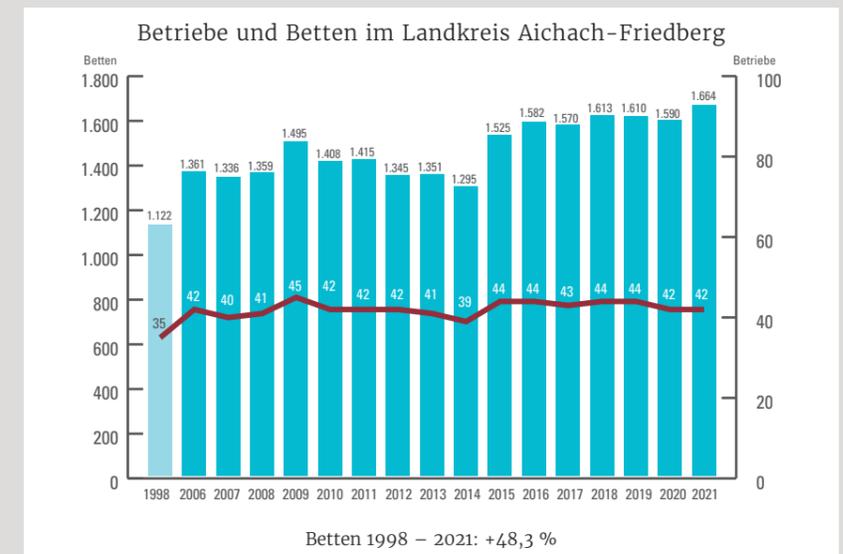
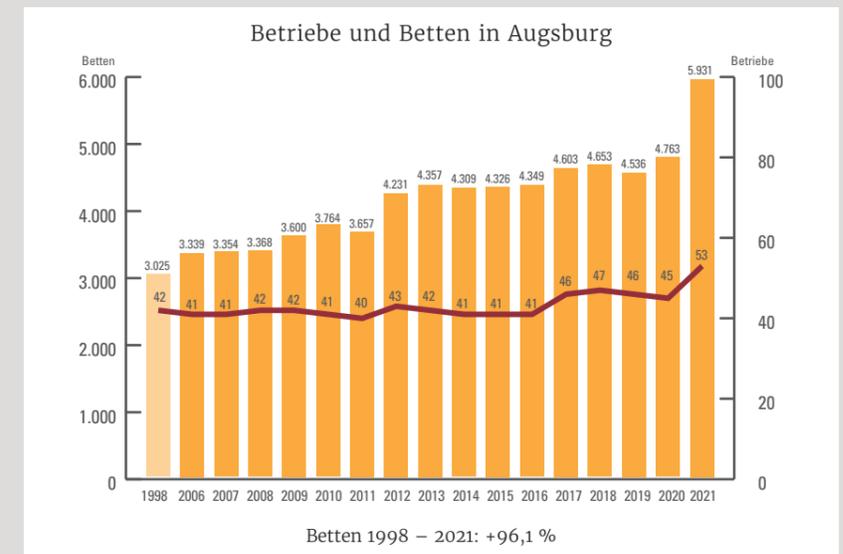
Dass die erweiterten Bettenkapazitäten sehr wahrscheinlich nicht zu einem Überangebot und zu einem Verdrängungswettbewerb am Standort führen werden, unterstreicht ein Vergleich der Anzahl der Gästebetten in der Stadt Augsburg mit der Anzahl der Betten in vergleichbaren Städten Deutschlands:

Stadt	Betten	Einwohner	Bettenintensität*
Freiburg	10.739	230.940	467
Würzburg	5.158	129.437	399
Nürnberg	20.180	532.000	379
Regensburg	7.273	194.275	375
Mannheim	9.200	310.000	297
Augsburg	5.931	299.021	180

(*Anzahl Betten pro 1.000 Einwohner, 2021)

Im Landkreis Aichach-Friedberg hat sich die Bettenanzahl seit 2019 nicht wesentlich verändert. 2021 stellten 42 Betriebe insgesamt 1.664 Gästebetten. Die Anzahl der Betriebe blieb gleich, dennoch ist die Zahl der Betten (1.644 statt zuvor 1.590) moderat gewachsen. Schon 2020 hatte das „Naturhotel Wittelsbach“ in Oberwittelsbach neu eröffnet.

Im Landkreis Augsburg waren die meisten Beherbergungsbetriebe im Jahr 2021 bereits wieder geöffnet. Dort hat sich die Anzahl



Die Bettenkapazitäten in Augsburg und im Landkreis Aichach-Friedberg sind seit 1998 nahezu kontinuierlich und stark gewachsen. Der Landkreis Augsburg verzeichnet geringe Zuwächse.

der Betriebe (Stand 2020 waren es nur 47 gewesen) im Berichtsjahr 2021 auf insgesamt 55 Anbieter im „Augsburger Land“ erhöht.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und ihre Strategien

Im Januar 2021 hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH ein Strategiepapier aktualisiert, das im Frühjahr 2020 – in der Folge der Corona-Pandemie – erstellt worden war. Neben ihrer langfristigen Strategie für die Tourismusregion hatte die Regio damals kurzfristig und reaktiv etliche Maßnahmen zu initiieren, die der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg den Re-Start erleichtern sollten. Dieses Papier mit dem Titel „Die Strategien der Regio Augsburg Tourismus GmbH“ wurde mit Blick auf die Probleme und Bedürfnisse der touristischen Leistungsträger aktualisiert und bei diversen Positionen vertieft und erweitert. Ihr Strategiepapier hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH zur Abstimmung an die Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg gemailt. Diese Möglichkeit zur Mitwirkung haben die Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg sowie etliche Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg wahrgenommen. Das mit der Aktualisierung im Jahr 2021 auf elf Seiten erweiterte Positionspapier ist auf der Homepage der Regio Augsburg Tourismus GmbH zu lesen.

Was aber sind ganz konkrete strategische Überlegungen, welche die Maßnahmen und das Marketing der Regio im Jahr 2022 maßgeblich beeinflussen?

1. Resilienz der Tourismusregion und der Leistungsträger

Aufgrund der Einschränkungen im Verlauf der Corona-Pandemie und ihrer Folgen für die Anbieter im Tourismus, in der Kultur- und Veranstaltungswirtschaft sowie in der gesamten MICE-Branche hat das Thema Resilienz für die Tourismusregion Augsburg eine größere Bedeutung erlangt. Unter der Resilienz im Tourismus versteht man die Widerstandskraft und Wandlungsfähigkeit der Tourismuswirtschaft und der Leistungsträger in der Region. Dabei geht es um die Sicherung regionaler Wertschöpfung.

Regionalisierung kann eine Region nachhaltiger machen. Regionale Wertschöpfung verbindet regionale Akteure und verschafft ihnen Logistik- und Wettbewerbsvorteile. Und regionale Wertschöpfung sowie regionalisierte Stoff- und Energieströme in Verbindung mit nachhaltigem Landmanagement fördern

die Stadt-Land-Kooperation. Was theoretisch klingt, lässt sich bei entsprechender Aufmerksamkeit einfach umsetzen. Ein Beispiel: Das Augsburger Kongress- und Tagungszentrum „Kongress am Park“ bezieht den Strom von Energieunternehmen in der Region, die klimaneutral Strom aus Wasserkraft generieren. Getränke und Lebensmittel für das Buffet der Veranstaltungen werden zum Beispiel aus der Region geordert. Das alles sind jeweils nur kleine Schritte, aber sie alle stärken die Region und damit ihre Resilienz. Resilienzsteigernd wirken sich zudem starke Netzwerke und gesunde Beziehungen zu Partnern aus. Die weitere Stärkung von Netzwerken stellt daher einen Schwerpunkt für die Arbeit der Regio dar:

1.1 Stadt-Land-Kooperation

Die Tourismusregion Augsburg profitiert schon heute von der seit 1998 – nach der Gründung der Regio Augsburg Tourismus GmbH – auch formal praktizierten Stadt-Land-Kooperation. Zunächst erleichtert die Dachmarke Augsburg den Gästen in der Region die geografische wie inhaltliche Einordnung. National wie international relevante Tourismusthemen wie die Römer und die Fugger,



die Mozarts und das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ bringt man zunächst einmal mit der Stadt Augsburg in Verbindung.

Hier und selbst bei Themen, bei denen Augsburg eine Alleinstellung aufweist – das sind zum Beispiel Bert Brecht sowie die Industriekultur –, profitiert letztlich auch die Tourismuswirtschaft in den Nachbarlandkreisen. Ohnehin verzahnen sich manche Themen über die jeweiligen Grenzen hinaus. Beispiel Fugger: Hier richten sich große Hoffnungen auf die Wiederherstellung des Fuggerschlosses in Mickhausen und des dortigen Schlossparks. Nach ihrer Fertigstellung wird sich auch das Thema Fugger noch wesentlich besser als bislang in der Stadt-Land-Kooperation vermarkten lassen.

1.2 Enge Vernetzung von Kultur und Tourismus

Augsburgs Geschichte, Denkmäler und kulturelle Schätze sind Pfunde, mit denen sich im Städte- und Kulturtourismus wuchern lässt. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz sagt dazu: „Kultur liegt im Trend. Für mehr als die Hälfte der Touristen gehören Kunst und Kultur zum Urlaub dazu. Deutsch-

land hat weltweit den Ruf als Land der Dichter und Denker. In Europa liegen wir als Kulturreiseziel vor Frankreich auf Platz 1. Reisende



schätzen unsere historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, Festivals, Theater und vieles mehr.

Unser Ziel ist es, Deutschland als Land mit einem reichen kulturellen und architektonischen Erbe noch mehr in den Fokus zu rücken.“ Das Ministerium sagt außerdem: „Kulturtourismus ist in Deutschland bislang vor allem Städtetourismus. Es ist aber gerade ein Markenzeichen des Reiselandes Deutschland, dass Deutschland auch sehr viel Kultur in der Fläche zu bieten hat.“ Auch die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) setzt in ihrer Reisewerbung für Deutschland einen Schwerpunkt auf bedeutende Kulturereignisse.

1.3 Verzahnung von Tourismus und Tagungswirtschaft

Im Bereich von Großveranstaltungen, Messen, Tagungen und Kongressen in Augsburg muss ohnehin davon ausgegangen werden, dass viele Termine mit hoher Teilnehmerzahl ohne die Leistungsträger – insbesondere der Beherbergungsbetriebe – in den beiden Nachbarlandkreisen nicht oder nur eingeschränkt durchführbar wären. Hier stärkt die Großstadt das Umland – und umgekehrt.

Zur engen Verzahnung von Tourismus und Tagungswirtschaft gehört einerseits, dass die attestierte „beeindruckende Erlebbarkeit“ der Stadt Augsburg ein Argument bei der Akquisition von Veranstaltungen wird. Andererseits schafft die durch Kongresse, Tagungen oder auch Messen generierte Nachfrage nach Erlebnissen, Gastronomie und Hotelbetten



(Investitions-)Anreize für die touristischen Leistungsträger in der Region, was dann wiederum der Angebotsstruktur im „klassischen“ Tourismus zugute kommt.

1.4 Networking der Akteure in Tourismus und Wirtschaft

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH ist im Prinzip die Verkörperung von Networking in der Region Augsburg. Bei ihrer Arbeit setzt die Regio auf das Nutzen von Synergien durch branchenübergreifendes Netzwerken. Ziele sind dabei die Steigerung der Standortattraktivität und des Bekanntheitsgrads der

Region sowie das gemeinsame Erschließen neuer Zielgruppen. Marketingkooperationen erhöhen die Reichweite von Kampagnen, senken Kosten und reduzieren Streuverluste. Durch den Austausch von Wissen und gegenseitiges Lernen von den Partnern werden weitere Synergien erschlossen und auch neue und teils innovative Produkte generiert.

Ein Beispiel für gelungenes regionales Networking ist zum Beispiel die Entstehung des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“: Die Regio hatte sich frühzeitig für die Bewerbung eingesetzt und hat in der Folge mit der Kommune, regionalen Energieversorgern, den Kunstsammlungen und Museen und externen Expertinnen und Experten zusammengearbeitet, um touristische Produkte zu entwickeln. Ein zweites Beispiel ist die Erfolgsgeschichte des „Sisi-Schlusses“ in Unterwittelsbach, die ebenfalls auf dem Networking diverser Player basiert.

Die Regio nutzt das Netzwerken auch im transnationalen Kontext bei der Gestaltung touristischer Produkte und daraus erzielbarer Synergien. Ein Beispiel ist die „Sisi-Straße“ mit Partnern in Deutschland, Österreich, Ungarn, Italien, Griechenland und der Schweiz, ein anderes die „Europäische Fuggerstraße“ mit den Partnern in Österreich, in Italien, in der Slowakei und im Oberallgäu. Durch solche Kooperationen können Themen der Region Augsburg breit gestreut und nicht zuletzt mehrsprachig kommuniziert werden.

Neben den institutionalisierten touristischen Netzwerken (DZT, BayTM, Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben) und Mitgliedschaften (Historic Highlights of Germany, Romantische Straße) nutzt die Regio aber auch informell Synergien wie bei gegenseitigem Austausch von Werbemitteln und Geschäften mit anderen Tourismuseinrichtungen oder Partnern aus der Wirtschaft.

2. Naherholung und „Urlaub daheim“

Zunächst als Folge der Corona-Pandemie, aber auch mit Blick auf den ökologischen Fußabdruck und den Klimawandel gewinnt der Nahtourismus wieder größere Bedeutung. Die Entwicklung der Energie- und Spritpreise wird diese Tendenz absehbar verstärken. Der Tourismus kann auf all diese Faktoren mit dem Angebot „Urlaub daheim“ sowie mit attraktiven Angeboten an frischer Luft – in den Großstädten wie vor allem im angrenzen-

den ländlichen Raum – reagieren. Letztlich ist auch dies eine der Maßnahmen, welche die Resilienz der Tourismusregion und ihrer touristischen Leistungsträger durch lokale Wertschöpfung unterstützen und damit regionale Wirtschaftskreisläufe stabilisieren.

Konkrete Beispiele in der Arbeit der Regio waren in den Jahren 2021 und 2022 Angebote und Publikationen für Stadtpaziergänge und Wanderungen, aber auch die Mozart-App für den individuellen Rundgang in der Mozartstadt Augsburg und die Lauschtour für den Land-Art-Park im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Auch die Tourentipps zu Denkmälern der Wittelsbacher im Landkreis



Aichach-Friedberg, zu den Spuren der Römer in der Region, zu Kirchen und Wallfahrtsstätten sowie zu Objekten des UNESCO-Welterbes

auch am Nördlichen Lechkanal im Landkreis Augsburg (in Verbindung mit einem weiterführenden Verweis auf das Klostermühlmuseum in Thierhaupten) sind unter diesem Gesichtspunkt entstanden.

3. Digitalisierung im Tourismus

Die Digitalisierung ist auch in der Tagungs- und Kongresswirtschaft die Zukunft. Die Anzahl der Hybridveranstaltungen nimmt zu. Doch auch der „klassische“ Tourismus verändert sich rasant – sowohl in der Darstellung des Tourismustandorts als auch bei der Präsentation des touristischen Angebots, in der Zielgruppenansprache und in der Kommunikation mit dem Gast. Die Digitalisierung der Customer Journey als Element der Kundenbindung und Gästebetreuung im Tourismus wird immer wichtiger – von der Informationsvermittlung bis zur Buchung von Leistungen. Das Social-Media-Marketing ist bei der Gewinnung neuer Gäste kaum mehr wegzudenken.



Auch die Produktgestaltung wird längst stark von Digitalisierung und virtuellen Welten beeinflusst. Das von der Regio konzipierte innovative Fugger und Welser Erlebnismuseum ist dafür ein Beispiel. Die Mozart-App mit ihren Augmented-Reality-Szenen und einem Mix aus Bild, Text und Ton ein anderes. Der „Digitale Geschichtspfad“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH führt virtuell ins Mittelalter und zur Schlacht auf dem Lechfeld. Den Erfolg solcher Konzepte

steigert eine crossmediale Unterstützung durch Pressearbeit und/oder Printwerbung.

4. Erlebbarkeit des Standorts durch Storytelling

Augsburg bietet – so das Urteil einer 2021 erarbeiteten externen Analyse – „eine beeindruckende Erlebbarkeit“. Geschichte, Namen und Denkmäler machen das zweitausendjährige Augsburg zu einer der wohl spannendsten Städte Deutschlands.



Römer und Fugger, Renaissance und Industriekultur, Mozart und Brecht, UNESCO-Welterbe, Museen und Baudenkmäler müssen aber allgemeinverständlich und Interesse weckend aufbereitet werden. Digitalisierung kann dabei hilfreich sein. Am Anfang steht jedoch die für ein breiteres Publikum geeignete Aufbereitung der jeweiligen Themenkomplexe, die bei Themenführungen und durch Publikationen vertieft werden.

5. Revitalisierung der Städte und Stärkung der Infrastruktur

Das Ziel aller Maßnahmen ist letztlich die Stärkung der Schlüsselbranche Tourismus und damit der regionalen Wirtschaft. Zum Ersten sichert der Tourismus zahlreiche standortgebundene Arbeitsplätze in der Region. Zum Zweiten sichert der Tourismus aber auch zahlreiche Facetten der lokalen und regionalen Infrastruktur



ab: Das beginnt bei der Gastronomie und beim öffentlichen Nahverkehr und endet bei den Kulturveranstaltungen und Museen. Die Steigerung des Bekanntheitsgrads im Wettbewerb der Städte und Regionen und die Kommunikation „weicher“ Standortfaktoren ist ein dritter Aspekt, der Einfluss auf die Ansiedlungspolitik von Unternehmen haben kann. Als vierte Aufgabe kommt dem Tourismus wachsende Bedeutung bei der Stärkung der Innenstädte zu. Die Folgen der Corona-Pandemie, längerfristig gesehen aber noch stärker (aktuell) der zunehmende Internet-Versandhandel sowie (als lang bekannte Problematik) die „autogerechte“ Verlagerung des Handels an die Peripherien der Städte haben die Attraktivität, Angebotsvielfalt und Lebendigkeit in den Stadtzentren zunehmend geschmälert. Dieser Schwächung der Zentren kann der Tourismus mit seinem Besucheraufkommen erheblich entgegenwirken und so zur Revitalisierung der Städte beitragen.

Regio Augsburg Tourismus GmbH

Aufsichtsrat*Aufsichtsratsvorsitzender*

- Dr. Wolfgang Hübschle,
Wirtschaftsreferent Stadt Augsburg

Stellvertreter

- Dr. Klaus Metzger,
Landrat Landratsamt Aichach-Friedberg

Stadt Augsburg

- Leo Dietz, Stadtrat
- Tatjana Dörfler, Stadträtin
- Dr. Pia Haertinger, Stadträtin
- Margarete Heinrich, Stadträtin

Landkreis Aichach-Friedberg

- Johannes Hatzold, Kreisrat

Landkreis Augsburg

- Heinz Liebert, Kreisrat
- Franz Bossek, Kreisrat
- Anton Rittel, Kreisrat

Beirat*Beiratsvorsitzender*

- Andreas Schmutterer,
Verlagsleiter Augsburg Allgemeine

Stellvertreter:

- Andreas Gärtner,
Bezirksgeschäftsführer HBE Handelsverband Bayern e.V.
Bezirk Schwaben

Mitglieder

- Karl Bayerle,
Amtsleiter Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg – Referat 1
- Beatrix Böck,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Augsburg

- Dr. Walter Casazza,
Geschäftsführer Stadtwerke Augsburg Holding GmbH
- Jochen Deiring,
RA, Bezirksgeschäftsführer Bay. Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V. Bezirksgeschäftsstelle Schwaben
- Daniela Eder,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Aichach-Friedberg
- Matthias Feiger,
Stellv. Vorsitzender Wittelsbacher Land e.V.
- Benjamin Früchtl,
Geschäftsführer Begegnungsland Lech-Wertach e.V.
- Ines Bobinger,
Wirtschaft-, Tourismus- und Bürgerservice Stadt Friedberg
Tourismusamt der Stadt Friedberg
- Johannes Hintersberger, MdL,
Staatssekretär a.D.
- Fritz Kühner,
Fritz Kühner – Hotel & Gastronomieberatung GmbH & Co. KG
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Augsburg
- Bianca Rogg,
Wirtschafts- und Finanzreferat Stadt Augsburg – Referat 1
- Wolfgang Pfister,
ehem. Geschäftsführender Gesellschafter
Kutscher + Gehr GmbH & Co. KG
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Messe Augsburg ASMV GmbH
- Ekkehard Schmölz,
Leiter Augsburg Marketing Regio Augsburg Wirtschaft GmbH
- Rolf Settelmeier,
Vorstandsvorsitzender Stadtparkasse Augsburg
- Benjamin Walther, ReAL West e.V.
- Dagmar Witty

Geschäftsführer

- Götz Beck,
Diplom-Betriebswirt (FH),
Tourismudirektor Regio AugsburgTourismus GmbH



Dr. Wolfgang Hübschle



Dr. Klaus Metzger



Leo Dietz



Tatjana Dörfler



Dr. Pia Haertinger



Margarete Heinrich



Johannes Hatzold



Heinz Liebert



Franz Bossek



Anton Rittel

Verkehrsverein Region Augsburg e.V.

Vorstandschafft*1. Vorsitz*

- Johannes Hintersberger, MdL,
Staatssekretär a.D.

2. Vorsitz

- Karl Bayerle,
Amtsleiter Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg – Referat 1

3. Vorsitz

- Andreas Schmutterer,
Verlagsleiter Augsburg Allgemeine

Schatzmeister

- Rolf Settelmeier,
Vorstandsvorsitzender Stadtparkasse Augsburg

Schriftführer

- Andreas Gärtner,
Bezirksgeschäftsführer HBE Handelsverband Bayern e.V.
Bezirk Schwaben

Erweiterter Vorstand

- Michael Berz,
Geschäftsführer Siller & Laar GmbH & Co. KG
- Ines Bobinger,
Wirtschaft-, Tourismus- und Bürgerservice Stadt Friedberg
- Jochen Deiring, RA,
Bezirksgeschäftsführer Bay. Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V. Bezirksgeschäftsstelle Schwaben
- Theodor Gandenheimer,
Hoteldirektor Hotel Maximilian's
- Margarete Heinrich,
Stadträtin
- Fritz Kühner,
Geschäftsführer Fritz Kühner – Hotel & Gastronomieberatung GmbH
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Messe Augsburg ASMV GmbH
- Michael Ströll,
Geschäftsführer FC Augsburg 1907 GmbH & Co. KG aA
- Benjamin Walther,
ReAL West e.V.
- Dagmar Witty

Geborene Mitglieder des Vorstandes*Stadt Augsburg vertreten durch:*

- Eva Weber,
Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg

Landkreis Aichach-Friedberg vertreten durch:

- Dr. Klaus Metzger, Landrat

Stellvertreter:

- Georg Großhauser,
Verwaltungsdirektor Zentrale Angelegenheiten, Landratsamt
Aichach-Friedberg
- Daniela Eder,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Aichach-Friedberg

Landkreis Augsburg vertreten durch:

- Martin Sailer, Landrat Landratsamt Augsburg

Stellvertreter:

- Ulrich Gerhardt,
Büroleiter des Landrats und Leiter der Bereiche Wirtschaft,
Tourismus und Klimaschutz
- Beatrix Böck,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg

Korporatives Mitglied

- Ulrike Weber,
Industrie- und Handelskammer Schwaben

Tourismudirektor Götz Beck (3. v.l.) mit den jeweils einstimmig gewählten Vorstandsmitgliedern des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. (v.l.n.r.): Andreas Schmutterer, Johannes Hintersberger, Karl Bayerle, Andreas Gärtner und Rolf Settelmeier.



**Gremien: Aufsichtsrat,
Beirat und Verkehrsverein**

www.augsburg-tourismus.de/de/wir-ueber-uns



**Mitarbeiter der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**

www.augsburg-tourismus.de/de/kontakt



**Stadtführungen
und Gruppenführungen**

www.augsburg-tourismus.de/de/fuehrungen



**Broschüren und
weitere Publikationen**

www.augsburg-tourismus.de/de/broschueren



Messe, Tagung und Kongress

www.augsburg-tourismus.de/de/messe-tagung-kongress



Hotellerie und Gastronomie

www.augsburg-tourismus.de/de/uebernachten
www.augsburg-tourismus.de/de/essen-trinken



**Strategiepapier der Regio
zur Corona-Pandemie**

www.augsburg-tourismus.de/strategien



Welterbe Wasser

www.augsburg-tourismus.de/de/unesco-welterbe



**Kampagne
Mozartstadt Augsburg**

www.augsburg-tourismus.de/de/mozart

